

Banalidades

Miquel Barceló

En noviembre de 2010, les hablaba aquí de Nicholas Carr y su *"Is Google Making Us Stupid?"* (¿Nos hace estúpidos Google?). El artículo apareció en julio de 2008 en la revista *The Atlantic Monthly* y la tesis principal venía a decir que la manera cómo encontramos información en la red viene a configurar nuestra propia manera de pensar. "Surfeamos" superficialmente en lugar de profundizar...

Más recientemente, en la edición de julio de 2011 de la revista *Science* (la que publica mensualmente la AAAS: *American Association for the Advancement of Science*), John Bohannon ha publicado un artículo sobre unos estudios psicológicos también curiosos: *"Searching for the Google Effect on People's Memory"* (*Science*, 15 July 2011: vol 333, no. 6040, 277, es decir: "A la búsqueda del efecto Google en la memoria de la gente"). Se trata de un estudio psicológico basado en diversos experimentos y no es, como en el caso de Carr, un conjunto de opiniones.

En el artículo, John Bohannon expone el resultado de esos experimentos donde se analiza el impacto de Internet sobre la manera como manejamos la información. Una de las curiosas conclusiones que preside ese artículo es que estamos usando cada vez más Internet como un gran banco de datos, casi como nuestra propia memoria personal. Lo llaman "efecto Google", y viene a decir que tendemos ya a recordar mejor los procedimientos para acceder a la información que la información en sí misma. Los investigadores resultaron sumamente sorprendidos no tanto por la creciente dependencia de la información online sino por como parece que hemos antepuesto la habilidad para encontrar esa información a la información en sí misma. No sabemos las cosas, sabemos dónde encontrarlas...

Algo en la misma línea, ahora en el ámbito de la especulación y la reflexión ensayística y crítica se planteó Jaron Lanier (uno de los clásicos gurús de la mítica revista *Wired*) en su libro *You are not a gadget* (2010), que este año ha aparecido en España traducido como *"Contra el rebaño digital"* (Debate, 2011). En cierta forma, Lanier critica lo que él llama el "maoísmo digital" identificado con la tendencia a dar primacía a la plataforma técnica sobre el contenido y, en definitiva, a los ordenadores (los "gadgets" del título original) sobre las personas.

Y ello sin olvidar que algunos han planteado también la duda sobre esos mensajitos breves de Twitter, con su tendencia a la síntesis pero, también, a la banalización más absoluta de los contenidos.

Será que necesito ya vacaciones (escribo a mediados de julio) pero me siento rodeado por un cúmulo de banalidades a las que, tal vez, el efecto Google no sea ajeno.

Por ejemplo, acabo de leer esa presunta novela de Albert Espinosa titulada *"Si tu me dices ven lo dejo todo... pero dime ven"* a la que reconozco un título eficaz y su gran éxito de ventas (catorce semanas siendo el número uno o dos de ventas... ¡ahí es nada!). Lo dicho: un gran éxito y mi enhorabuena a Espinosa. Pero la "novela" es una gran banalidad: un centenar escaso de páginas (hay tres de relleno en el inicio de cada uno de los 22 capítulos...) y una nada argumental y de contenido casi espeluznante. No lo voy a comparar con James Joyce, Marcel Proust o Robert Musil, pero sí les diré que, para mí, novelas eran, por ejemplo, *"La Cartuja de Parma"* de Stendhal, *"La montaña mágica"* de Thomas Mann, *"Los desnudos y los muertos"* de Norman Mailer o, *"Pongamos que me llamo Gantenbein"* de Max Frisch, por citar sólo algunas de las muchas posibles. Estructura, argumento, personajes, interesantes

reflexiones y todo eso que falta en la "novelita" de Espinosa que parece casi un texto de esos malos de autoayuda que algunos llaman "*new age*". Banalidad se llama la figura...

Y, por si ello fuera poco, ese mismo día 16 de julio en que he acabado de leer esa "novelita" de Espinosa, me encuentro en el periódico con la noticia de que Umberto Eco ha decidido reescribir la novela que le dio fama, "El nombre de la rosa" (1980) para hacerla más accesible a los nuevos lectores...

¡Pardiez! ¿Tan bajo hemos caído? ¿Ha de ser todo tan banal?

¿Tendrán realmente la culpa de todo esto Internet, Google o Twitter?

Es como para echarse a temblar.

No me hagan demasiado caso, debo estar cansado y necesito vacaciones...